

УДК 339.92 : 336.2

О.МЕРХО

Харківський національний економічний університет

МІЖНАРОДНИЙ РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У КОНТЕКСТІ ПИТАНЬ ОПОДАТКУВАННЯ

Розглядається процес міжнародного розвитку корпоративних структур у контексті питань оподаткування. Відмічається діалектична взаємозалежність процесу росту та розвитку корпоративних структур, визначається можливість "територіальної" зміни податкового середовища та використання отриманих переваг на національних і міжнародних ринках.

Сьогодні одним з основних елементів діалектичного дослідження економічних явищ та цілісних економічних систем є принцип розвитку. Така роль принципу розвитку, наголошує С.В.Мочерний [6, с.111], обумовлена тим, що в ньому розкриваються рушійні сили еволюції та визначається вектор подальшого розвитку, він розкриває зміст нових закономірностей на якісно нових стадіях еволюції економічних систем.

Питанню міжнародного розвитку компаній присвячені роботи таких авторів як А.Акофф, В.П.Бардзіловський, Ф.Друкер, Ф.В.Зінов'єв, Г.Т.П'ятницька, О.І.Погорлецький, М.Портер, В.С.Реутов, О.Рогач, Дж. Сорос, С.Ф.Сутирін [1, 2, 7-11, 13] та ін.

Розвиток міжнародного бізнесу в ХХІ ст. неможливо уявити без урахування специфічних умов глобалізації. Основною ознакою процесу глобалізації виступає активна діяльність транснаціональних корпорацій. Як відомо, складна структура та нелінійні процеси розвитку транснаціональних корпорацій перебувають під впливом як ендегенних, так й екзогенних факторів. Вплив оподаткування є одним з основних факторів зовнішнього середовища транснаціональних корпорацій і значною мірою детермінує результати їхньої діяльності на міжнародних ринках товарів, послуг та капіталу.

У праці Ф.В.Зінов'єва відмічається, що вперше терміном "глобалізація" назвали феномен злиття ринків окремих продуктів, що вироблялися багатонаціональними корпораціями [13, с.6]. На сьогодні представники Міжнародного валютного фонду додержуються наступного визначення поняття "глобалізація" – постійно зростаюча інтенсивність інтеграції ринків товарів, послуг та капіталів [13, с. 8].

За слушним зауваженням Дж. Сороса [10], поняття "глобалізація" в теперішній час дістала широкого використання та різноманітного тлумачення. Сьогодні процес глобалізації знаходиться в сфері досліджень представників різних наук. Кожна наука розглядає цей процес під власним кутом та виділяє найбільш важливі властивості цього про-

цесу в контексті питань власних досліджень. У роботі Дж. Сороса [10, с.17], глобалізація визначається як "розвиток глобальних фінансових ринків, посилення транснаціональних корпорацій, а також їхнього дедалі зростаючого домінування в національних економіках".

Враховуючи всеохоплюючий процес глобалізації, не можна ні погодитися з Ф.Друкером, який відмічає, що "глобальна конкуренція, повинна стати стратегічною метою всіх установ. Жодна установа, будь то комерційне підприємство, університет або лікарня, не може розраховувати на виживання, не кажучи вже про успіх, якщо не відповідатиме стандартам, які встановлюють лідери індустрії, в якій частині світу вона б не знаходилась" [2, с.92]. Дійсно, сьогодні кожне підприємство, усвідомлено чи ні, змушено конкурувати з провідними підприємствами у своїй галузі. Бакалійна лавка, маленька заправка або пересічне бістро – всі вони вже зараз приймають участь у конкурентній боротьбі зі світовими брендами. У такій конкурентній боротьбі важко досягти балансу сил. При цьому основною перевагою транснаціональних корпорацій є їхні потужні фінансові можливості.

Як зауважує Г.Т.П'ятницька [7, с.114], "визначення конкурентоспроможності підприємства є важливою складовою в процесі формування стратегії його майбутнього розвитку". У корпоративних структурах ефективність реалізації стратегії розвитку немалою мірою залежить від поглядів вищої ланки менеджменту корпорації на місце такої корпорації в процесі глобалізації. Біхевіористські теорії глобалізації виробництва, в основу яких покладена специфіка орієнтацій діяльності топ-менеджменту, визначають географічну диверсифікацію виробництва та його конкурентоздатність на світових ринках. У роботі [9, с.102] виділяється три типи орієнтації діяльності топ-менеджменту відповідно до її інтеграцій у світові економічні процеси: етноцентрична, поліцентрична і геоцентрична орієнтації.

Опрацьовує та доповнює вищенаведений перелік орієнтацій міжнародного розвитку залежно від намірів інтеграції у світові економічні процеси А.І.Кредісов, систематизуючи основні варіанти поведінки топ-менеджменту суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [14, с.238].

Успішність міжнародної діяльності корпорації значною мірою пояснюється їхньою здатністю адаптуватися до впливу міжнародних зовнішніх факторів взагалі, зокрема, податкових. Їхня організаційна та фінансова структура відрізняється значною складністю, містить значний внутрішній потенціал. Процес зростання саме цих, іманентних властивостей, "здатності та потенціалу", як відмічає А.Акофф [1, с.17],

і є розвитком. На нашу думку, в контексті питань оподаткування під ростом корпоративних структур слід розуміти зростання їхньої здатності адаптуватися до впливу податкового середовища та формування завдяки цьому потенціалу для подальшого ефективного функціонування.

Зарубіжний досвід розвитку корпоративних структур свідчить, що вони використовують різні стратегії реагування на вплив зовнішніх факторів. У роботі [12] підкреслюється застосування в міжнародній практиці інактивної, реактивної, преактивної та інтерактивної стратегії реагування. У контексті питань оподаткування ці чотири стратегії реагування на зміни зовнішнього середовища отримують наступну інтерпретацію. Використання інактивної стратегії реагування корпорації проявляється в зміні стратегії розвитку корпорації тільки після примусового впливу податкового середовища. Втілення реактивної стратегії розвитку передбачає реакцію корпорації на зміни в податковому середовищі після того, як вони відбулися. Преактивна стратегія розвитку передбачає випередження ймовірних змін у податковому середовищі й пов'язана з можливістю використовувати зміни податкового середовища. Дотримання корпорацією цих стратегій може забезпечити тимчасовий, короткотерміновий успіх. Довгостроковий успіх корпорації можна забезпечити, використовуючи інтерактивну стратегію, зміст якої полягає в тому, що корпорація, як цілеспрямована система, адаптується до змін податкового середовища і об'єднує їх зі своєю місією.

Розглядаючи міжнародний розвиток корпоративних структур в умовах глобалізації серед мікроекономічних теорій міжнародної торгівлі, на нашу думку, передусім необхідно виділити теорію життєвого циклу виробу й інвестицій. Ця теорія тісно пов'язана з неотехнологічним підходом до інтерпретації особливостей і закономірностей міжнародної торгівлі. Основи теорії були розроблені Х.Поснером і в подальшому розвинуті Р.Верноном [3]. У першому варіанті теорія представляла три стадії життєвого циклу виробу: впровадження нового виробу, зрілість і стандартизацію. У подальшому теорія життєвого циклу виробу й інвестицій дістала вдосконалення і зараз тенденції міжнародної торгівлі пояснюються наступними чотирма етапами життєвого циклу виробу: впровадження, зростання, зрілість, занепад.

Вищенаведені теорії акцентують увагу на виробничих факторах міжнародної торгівлі, розглядають її з боку пропозиції. Однак немало важне значення для міжнародної торгівлі має так само й попит. Теорія конкурентних переваг М.Портера [8] при поясненні особливостей та закономірностей міжнародної торгівлі акцентує значну увагу саме на

впливі попиту на її особливості та закономірності.

Червоною ниткою через працю М.Портера проходить ідея того, що "компанії, а не країни перебувають на передньому краю міжнародної конкуренції" [8, с.621]. За концепцією конкурентних переваг М.Портера, ефективність діяльності підприємства на зовнішніх ринках визначається здатністю підприємства використовувати потенціал своєї країни та цілеспрямовано формувати придбані переваги. Одним із способів, розповсюджених практикою організаційного розвитку та виходу на міжнародні ринки для корпоративних структур, традиційно є реструктуризація шляхом злиття та поглинання. Основна причина саме такого виходу на міжнародні ринки для корпоративних структур "полягає в прагненні отримати та підсилити синергетичний ефект" [13, с.173].

М.Портер підкреслив важливість при досягненні конкурентних переваг на світових ринках підприємством організацію та виконання фірмою окремих видів діяльності. Підприємство може отримати міжнародні конкурентні переваги, впроваджуючи нові технології, розробляючи нові способи діяльності або початкові компоненти виробництва. Він виділяв два основних підходи до організації діяльності підприємства: стратегію менших витрат і стратегію диференціації.

Можливість утримання підприємством конкурентних переваг на світових ринках залежить від джерела конкурентних переваг. Існує ієрархія міжнародних конкурентних переваг підприємства – переваги нижчого та вищого рівнів. Переваги нижчого рівня, такі як дешева робоча сила або сировина, досить легко можуть отримати і конкуренти, скопіювавши їх або знайшовши інше їх джерело, чи звести їх нанівець, випускаючи свою продукцію або черпаючи ресурси там, де й лідер.

До міжнародних конкурентних переваг підприємства вищого порядку належить; запатентована технологія; диференціація на основі унікальних товарів або послуг; репутація підприємства, що ґрунтується на посиленні маркетингової діяльності, або тісні зв'язки з клієнтами, які підсилюються через те, що клієнту накладно змінювати постачальника. Отримання підприємством переваг вищого рівня можливо за умов довгострокових та інтенсивних капіталовкладень в спеціалізоване навчання персоналу, у виробничі потужності, воно нерідко пов'язано з ризиком у проведення НДВКР або в маркетингову діяльність. У довгостроковому плані здійснення НДВКР, проведення рекламних заходів, організація збуту продукції повинно формувати виробничо-економічну базу підприємства, орієнтовану на отримання матеріаль-

них та нематеріальних цінностей.

Найдовше підприємство утримує міжнародні конкурентні переваги, пов'язані з вищим рівнем продуктивності. У довгостроковому плані підприємство зацікавлене формувати такі міжнародні конкурентні переваги, які ґрунтуються на поєднанні значних капіталовкладень з вищою якістю діяльності, що надає перевагам динамічного характеру. На думку М.Портера, підприємство повинно здійснювати постійне інвестування в нові технології виробництва, розробку нових маркетингових стратегій, розвиток мережі фірмового обслуговування в усьому світі. Розроблена М.Портером мікроекономічна теорія міжнародної економічної діяльності підприємства побудована на оцінці діяльності підприємства в умовах конкретного ринку і не враховує монополістичних та олігополістичних позицій великих компаній і особливостей їх міжнародної діяльності.

Теорія ефекту масштабу П.Кругмана [4] засновує пояснення поведінки підприємства на зовнішніх ринках на дослідженні впливу ефекту масштабу виробництва. Підвищення конкурентоздатності корпоративних структур на світових ринках значною мірою забезпечується використанням ефекту масштабу виробництва. Масштабність діяльності дає змогу підвищити ефективність не лише виробничої діяльності, а й фінансової, маркетингової та інших видів діяльності корпоративних структур. У деяких випадках, податковим мотивом для розширення виробництва та злиття з іноземною компанією чи її поглинання для корпоративної структури є "діюче законодавство, що стимулює часом злиття та поглинання, результатом яких є зниження податків або отримання податкових пільг [13, с.174].

Сутність мікроекономічної теорії ефекту масштабу виробництва полягає в тому, що при певній організації та технології виробництва в довготерміновій перспективі середні загальні витрати зменшуються по мірі збільшення об'єму виробництва. Досліджуючи діяльність великих підприємств на світових ринках, П.Кругман установив, що цілеспрямоване розширення об'єму виробництва, орієнтоване на зниження собівартості продукції, детермінує діяльність підприємств, орієнтовану на активне розширення внутрішніх та зовнішніх ринків збуту продукції. Підприємство, що задовольняє власні потреби в збуті продукції, приймає участь у формуванні єдиного інтегрованого світового ринку, який значно більший, ніж ринок будь-якої окремої країни. Одночасно активне використання ефекту масштабу виробництва приведе до зміцнення підприємства та концентрації виробництва.

У праці С.Ф.Сутиріна та О.І.Погорлецького [11] робиться акцент

на інтерпретації зовнішньоекономічних стратегій підприємств для цілей міжнародного податкового планування залежно від рівня проникнення підприємства на зовнішні ринки, а саме наводиться сім форм організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств:

- експорт товарів і послуг без перетинання експортером митного кордону, тобто без фізичної присутності за кордоном. Експортні угоди підприємством укладаються в межах дії національної юрисдикції. Відвантаження товарів підприємством зазвичай здійснюється на умовах поставки груп Е та F, визначених у міжнародних правилах тлумачення торговельних термінів. Підприємство надає закордонним контрагентам такі послуги ненатурального характеру, як фінансово-консультаційні та юридична допомога. При цьому суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, як правило, уникає всіх іноземних податків та несе податкову відповідальність лише в країні свого місцезнаходження. Виключення становить лише отримання ліцензійного доходу та платежів за франчайзингові послуги, коли стягується іноземний податок на репатріацію роялті;
- організація присутності за кордоном без утворення постійного представництва в іноземній юрисдикції. Припускається обмежена активність підприємства та запобігання оподаткованої присутності за кордоном;
- створення закордонного філіалу (представництва) підприємства без утворення нової юридичної особи. З податкової точки зору діяльність філіалу підприємства за кордоном підпадатиме під дію двох податкових юрисдикцій. По-перше, діяльність філіалу буде оподатковуватися усіма податками та зборами в країні розташування. По-друге, чистий прибуток філіалу буде переводитися до головного підприємства, де буде включатися у валовий дохід підприємства та ще раз оподатковуватися, вже податком на прибуток підприємства за принципом резиденства;
- створення відособленого підрозділу транснаціональної корпорації за кордоном – дочірнє підприємство, що входить до внутріфірмової структури групи. Дочірнє підприємство як резидент іноземної країни сплачуватиме всі податки та збори за місцем свого резиденства. Репатрійований дохід дочірнього підприємства буде також оподатковано в юрисдикції материнського підприємства;
- об'єднання дочірніх підприємств-нерезидентів в асоційовану групу іноземних підприємств транснаціональної корпорації шляхом створення іноземної холдингової компанії. Діяльність підприємства по створенню іноземної холдингової компанії "компанії-провідника"

Ф.Д.Маршал і К.В.Банал [5] відносять до діяльності, що штовхається податками. Переваги створення субхолдингової компанії полягають у тому, що її діяльність орієнтована на акумуляцію доходів закордонних дочірніх підприємств на власних рахунках у країні свого розташування, а потім або інвестування накоплених доходів, або пересилання їх у країну головного материнського підприємства дає змогу досягти значної економії на сумі сплачених податків на репатріацію дивідендів, процентів і платежів типу роялті;

- придбання готового іноземного підприємства та включення його у внутрифірмову структуру транснаціональної корпорації. Придбання підприємства-резидента, що функціонує в закордонній юрисдикції, доцільне, коли підприємство потребує вже налагодженої мережі обслуговування зовнішнього ринку. Також організація зовнішньоекономічної інтеграції підприємства дає змогу використовувати такі переваги в сфері оподаткування як відсутність необхідності реєстрації підприємства та можливість врахування боргів придбаного підприємства для зменшення сукупної бази оподаткування;
- організація спільного підприємства з незалежною іноземною компанією. У світовій економічній практиці найбільш поширені у формі утворення консорціумів, товариств, угод про спільну діяльність та угод про спільний розподіл витрат.

Опрацювання теорії міжнародного розвитку в контексті питання оподаткування дозволяє сформулювати такі висновки:

- різноманітність міжнародного податкового середовища з одночасним створенням сприятливих і негативних умов для розвитку корпоративних структур;
- міжнародний розвиток корпоративних структур утворює додаткові умови для цілеспрямованого формування придбаних переваг за рахунок міжнародної оптимізації оподаткування;
- найбільш перспективною стратегією реагування корпоративних структур на зміни міжнародного податкового середовища є інтерактивна стратегія реагування;
- здатність корпоративних структур адаптуватися до впливу міжнародного податкового середовища значною мірою визначається світоглядом його менеджменту на процес глобалізації.
- неможливість корпоративних структур впливати на зміст податкового середовища в короткостроковому періоді компенсується транснаціональними корпораціями шляхом "територіальної" зміни податкового середовища;
- отримані завдяки міжнародної оптимізації оподаткування переваги

можуть використовуватися корпоративними структурами на національних ринках;

- отримані завдяки міжнародній оптимізації оподаткування переваги можуть використовуватися корпоративними структурами на міжнародному рівні для формування "глобальних" переваг, переваг вищого рівня.

- 1.Акофф А. Планирование будущего корпорации: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1985. – 328 с.
- 2.Друкер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2003. – 272 с.
- 3.Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації. – Львів: Ін-т регіональних досліджень НАН України, 2004. – 247 с.
- 4.Кругман П.Р., Обстфельд М. Международная экономика. Теория и политика: Пер. с англ. / Под ред. В.П.Колесова, М.В.Кулакова. – М.: Экономический факультет МГУ, ЮНИТИ, 1997. – 799 с.
- 5.Маршалл Ф.Д., Банал К.В. Финансовая инженерия: Полное руководство по финансовым нововведениям: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 784 с.
- 6.Мочерний С.В. Методологія економічного дослідження. – Львів: Світ, 2001. – 416 с.
- 7.П'ятицька Г.Т. Управління підприємствами в епоху глобалізму. – К.: Логос, 2006. – 568 с.
- 8.Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. В.Д.Щетинина. – М.: Международ. отношения, 1993. – 896 с.
- 9.Рогащ О. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій. – К.: Либідь, 2005. – 720 с.
- 10.Сорос Дж. Джордж Сорос про глобалізацію: Пер. з англ. – К.: Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2002. – 173 с.
- 11.Сутырин С.Ф., Погорлецкий А.И. Налоги и налоговое планирование в мировой экономике. – СПб.: Изд-во В.А.Михайлова, Изд-во "Полиус", 1998. – 577 с.
- 12.Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Догадайло Я.В. Экономическая результативность деятельности предприятий. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. – 144 с.
- 13.Транснациональные корпорации / Ф.В.Зиновьев, В.П.Бардзиловский, В.Е.Реутов и др. – Симферополь: Таврия, 2007. – 220 с.
- 14.Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – 2-ге вид. / За заг. ред. А.І.Кредісова. – К.: ВІПА - Р, 2002. – 552 с.

Отримано 30.08.2007

УДК 658.589

Є.В.КОЛЕСНИКОВ

Харківський національний економічний університет

ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА (фінансовий аспект)

Розглядається сутність планування інноваційного потенціалу підприємства з погляду визначення недостатності обсягу фінансових ресурсів щодо реалізації обраного